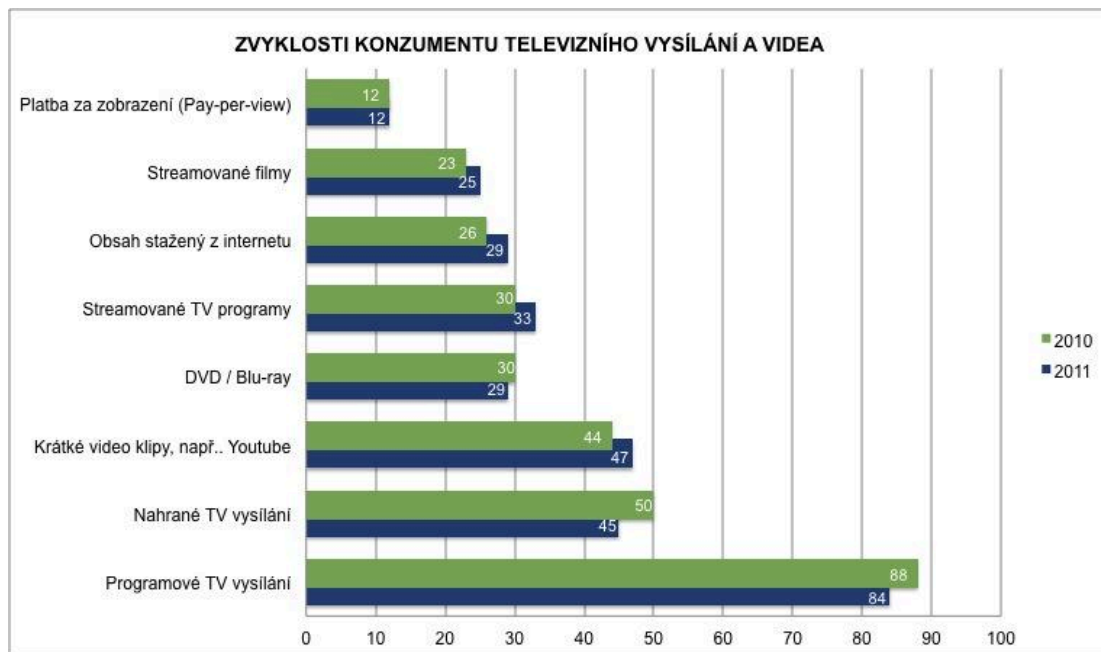

Ericsson: Televize nebo internetové vysílání?

- Sledování streamovaného televizního obsahu i nadále roste
- Využívání sociálních sítí ovlivňuje způsob, jakým lidé sledují televizi
- Lze pozorovat vysokou ochotu platit za aktuální obsah
- Kvalitní služby streamování videa omezují pirátství

Oddělení Ericssonu (burza NASDAQ:ERIC) studující chování spotřebitelů uveřejnilo výsledky své každoroční studie „TV & Video Consumer Trend Report 2011“, které poukazují na fakt, že lidé tráví o něco méně času sledováním tradičního televizního vysílání a stále více narůstá sledování internetového streamovaného televizního obsahu. Z celkového počtu respondentů vypovědělo 44 (38) %, že sleduje internetové televizní pořady více než jednou týdně, a 80 % respondentů sdělilo, že sleduje tradiční televizní vysílání více než jednou týdně.

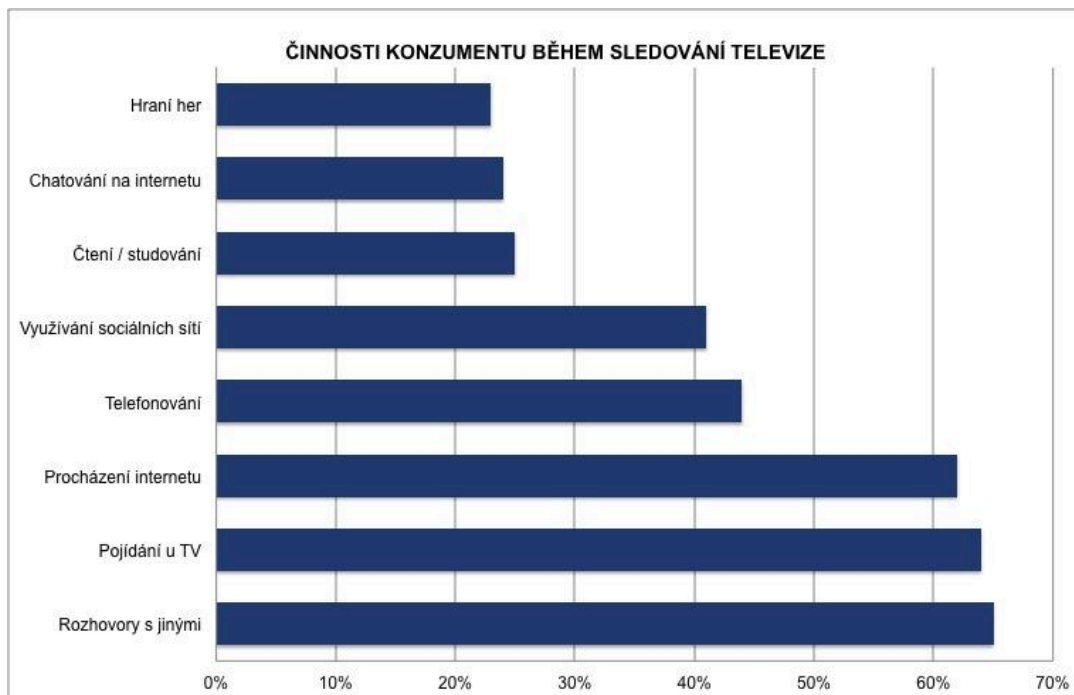
Údaje pro studii byly shromažďovány v Austrálii, Brazílii, Číně, Jižní Koreji, Německu, Nizozemsku, Rakousku, Rusku, Velké Británii, Španělsku, Švédsku, Tchaj-wanu a USA. Celkem bylo provedeno 22 kvalitativních a 13 000 kvantitativních rozhovorů, které reprezentují téměř 400 milionů spotřebitelů.

Anders Erlandsson, Senior Advisor Ericssonu, ke studii chování spotřebitelů prohlašuje: „*Sledování streamovaného televizního obsahu je stále oblíbenější, nicméně sledování tradičního vysílání zůstává i nadále nejrozšířenějším způsobem sledování televize. Je ale vidět trend naznačující potřebu mít k dispozici jak tradiční televizní obsah, tak in ten streamovaný. Sledování televize a videa není negativně ovlivněno internetem v podobné míře jako tisk; jednoduše sledujeme televizi mnohem více způsoby než dříve.*“



(USA, Velká Británie, Španělsko, Švédsko, Tchaj-wan)

Studie rovněž ukazuje, že využívání sociálních sítí ovlivňuje způsob, jakým sledujeme televizi. Více než 40 % respondentů uvedlo, že při sledování televize využívá sociální sítě pomocí různých zařízení, např. smartphonů a tabletů.



Zdroj: Ericsson

„Podrobné rozhovory provedené v rámci studie – zejména rozhovory uskutečněné v USA, kde se nové trendy spotřebitelů ve sledování televize a videa projevují nejdříve – ukazují, jak využívání sociálních sítí ovlivňuje sledování multimediálního obsahu. Většina rodin kombinuje sledování televize s používáním Twitteru, Facebooku, posíláním SMS, hlasovým voláním a diskuzemi na internetových fórech o pořadech, které sledovaly. To platí zejména při sledování reality show a sportovních přenosů. Tato komunikace dodává sledování televize další rozměr, jelikož spotřebitelé považovali otravnou reality show za zábavnější v případě, že mohli komentovat na sociálních sítích, jací v ní vystupovali hrozni zpěváci, jaké příšerné oblečení měli na sobě, nebo když jejich oblíbený tým střelil branku,“ dodává Erlandsson.

Podíváme-li se na hlavní požadavky kladené spotřebiteli na televizní produkci, nejdůležitější zůstává dobrá kvalita, která je důležitější, než například dostupnost 3D televize nebo přístup ke speciálním aplikacím.

Studie dále ukazuje, kolik hodin týdně lidé v průměru tráví sledováním televize a jaké procento z celkového času tráveného u televize tvoří sledování streamovaného televizního obsahu. Lidé v Německu tráví sledováním televize a videa minimálně 25 hodin týdně, ovšem pouze 28 % tohoto času sledují streamovaný televizní obsah. Ve Španělsku dosahuje míra sledovanosti streamovaného televizního obsahu 44 %.

Oddělení Ericssonu studující chování spotřebitelů se zaměřuje na způsoby jednání spotřebitelů a

TISKOVÁ ZPRÁVA 8. září 2011

jejich názory na telekomunikační produkty a služby, pomáhá operátorům porozumět svým zákazníkům a vytváří atraktivní strategie tvorby příjmů.

Poznámky redaktorům:

Celá zpráva ke stažení:

http://ftp.pram.cz/download/Fotogalerie/Ericsson/ERICSSON/Ericsson%20TV%20and%20Video_Consumer%20Trend%20Report%202011.pdf

Multimediální obsah týkající se naší společnosti je k dispozici v oddíle Broadcast Room na stránkách: www.ericsson.com/broadcast_room

Společnost Ericsson je světovým lídrem v oblasti poskytování technologií a služeb telekomunikačním operátorům. Ericsson si drží vedoucí postavení ve 2G, 3G a 4G mobilních technologiích, přičemž v globálním pohledu poskytuje podporu pro mobilní sítě s více než 2 miliardami uživatelů a udržuje si vedoucí pozici také v oblasti řízených služeb. Portfolio společnosti zahrnuje jak mobilní, tak i pevnou telekomunikační infrastrukturu, telekomunikační služby či software. V neposlední řadě do nabídky Ericssonu patří také řešení pro broadband a multimédia určená pro telefonní operátory, velké podniky a mediální průmysl. Sdružené společnosti Sony Ericsson a ST-Ericsson poskytují spotřebitelům mobilní zařízení s širokou nabídkou moderních funkcí.

Ericsson se snaží naplňovat svoji vizi, kterou lze shrnout do hesla „vedoucí hráč na širokém poli komunikace“, a to prostřednictvím inovací, technologií a udržitelných obchodních řešení. Společnost k dnešnímu dni operuje ve 175 zemích světa, kde celkově zaměstnává více než 80 000 zaměstnanců. V roce 2009 Ericsson dosáhl tržeb ve výši 206,5 miliardy SEK (27,1 miliardy USD). Společnost Ericsson byla založena v roce 1876, její sídlo se nachází ve Stockholmu ve Švédsku. Ericsson figuruje na indexu OMX NASDAQ, Stockholm a NASDAQ New York.

www.ericsson.com

www.twitter.com/ericssonpress

www.facebook.com/technologyforgood

www.youtube.com/ericssonpress

V případě zájmu o bližší informace, prosím kontaktujte:

Ericsson Slovakia spol. s r.o.

Tatiana Škraková

TISKOVÁ ZPRÁVA 8. září 2011

Mobil: +421 902 326 526

e-mail: tatiana.skrakova@ericsson.com

www.ericsson.com

PRAM Consulting s.r.o.

Maria Pošteková

Tel.: +420 222 351 497

Mobil: + 420 603 517 272

e-mail: maria.postekova@pram.cz

www.pram.cz